



optique culture

numéro 31 avril 2014

Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2013

CLAUDE FORTIER chargé de projet, OCCQ

Faits saillants

Les ventes d'enregistrements audio

- En 2013, les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) sont de 9,4 millions d'unités, en baisse de 8 % par rapport à 2012, soit la plus forte diminution depuis 2008 (14 %).
- Les ventes d'albums connaissent aussi une forte baisse annuelle (-10 % par rapport à 2012), en raison de la chute des ventes de CD (-14 %).
- La croissance annuelle des ventes de pistes numériques est passée de 50 % en 2011, à 21 % en 2012 et à 1 % en 2013.
- Les produits numériques représentent 35 % des ventes de musique au Québec, comparativement à 59 % dans le reste du Canada et à 56 % aux États-Unis.

Les produits québécois

- La part de marché des albums québécois est de 44 %, ce qui est en deçà de la part moyenne au cours des cinq dernières années (49 %) et constitue la plus faible part depuis 2005.
- Pour l'ensemble du marché (produits physiques et numériques), la part québécoise se situe à 38 %, en baisse pour une quatrième année consécutive.

Les produits francophones

- Les albums francophones représentent 34 % des ventes d'albums, un résultat sous la moyenne des cinq dernières années (37 %).
- Pour l'ensemble du marché (produits physiques et numériques), la part des produits en français est de 30 %, un résultat sous la moyenne des cinq dernières années (32 %).
- Parmi les albums québécois, la part de marché des albums francophones est en légère baisse (73 % comparativement à 76 % en 2012), mais demeure au-dessus de la moyenne des cinq dernières années (70 %).
- La part de marché des enregistrements francophones non québécois est de 2 %.

Les palmarès

- Parmi les albums les plus vendus en 2013, trois des dix premières positions sont occupées par des albums québécois (sept en 2012).
- Le format numérique représente 11 % des ventes pour les dix albums québécois les plus vendus et 27 % pour les dix albums non québécois les plus vendus.
- La piste numérique québécoise la plus vendue se classe au 42^e rang du palmarès global (36^e rang en 2012).

Ce bulletin présente une analyse des statistiques relatives aux ventes d'enregistrements sonores¹ pour la période 2002 à 2013. Il y est question des ventes totales d'albums et de pistes musicales ainsi que de la répartition de celles-ci selon la provenance nationale et la langue des enregistrements.

1. Les enregistrements sonores comprennent les enregistrements audio (albums et pistes) et les enregistrements vidéo à caractère musical (VHS et DVD).

Notes méthodologiques

Source

Les statistiques sur les ventes d'enregistrements sonores proviennent des données compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Les résultats annuels présentés ici sont basés sur le cumulatif des ventes hebdomadaires. Les statistiques relatives au nombre d'unités vendues selon le type de support sont exprimées en nombres absolus. Les statistiques de tous les autres types (selon l'origine québécoise ou non et selon la langue) sont exprimées en pourcentage, sauf exception. Ces statistiques sont produites après l'examen des 500 titres les plus vendus au Québec et elles ne couvrent donc pas l'ensemble des ventes d'enregistrements sonores.

Table des matières

- 3** Le numérique continue sa progression
- 7** Les produits québécois : le numérique ne compense pas la chute du CD
- 10** La part francophone en repli sur les différents supports
- 13** Synthèse des ventes
- 14** Les palmarès
- 18** Conclusion

Définition d'un enregistrement québécois

Un enregistrement audio peut être considéré comme québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel. Sur le plan artistique, l'origine d'un enregistrement est déterminée par celle de l'artiste, du répertoire, du collectif ou de l'œuvre mis de l'avant² par l'emballage et la mise en marché de l'album. Sur le plan industriel, l'origine est établie d'après la maison de disques qui a commercialisé le produit³, une maison de disques québécoise étant une maison dont le siège social est situé au Québec.

Dans le cas de compilations de pièces de diverses origines, l'album est classé québécois si la majorité des pièces sont artistiquement québécoises. Dans le cas où l'artiste est un groupe de personnes de diverses origines, l'album est classé québécois si la majorité des personnes sont québécoises.

Signes conventionnels

- %** Pour cent ou pourcentage
- n** Nombre
- Néant ou zéro

2. Peut être mis de l'avant : un artiste ou un groupe d'artistes, un répertoire, un film, une station de radio, etc. Pour déterminer qui est l'artiste ou l'instance mis de l'avant, on se base essentiellement sur l'information apparaissant sur la pochette du CD. En général, il s'agit d'un ou de plusieurs interprètes.
3. De 2003 à 2005, l'OCCQ se basait plutôt sur l'étiquette pour déterminer l'origine industrielle d'un enregistrement, notion qui se rapproche de celle de maison de disques, sans être identique.

Notice suggérée pour mentionner cet article dans une bibliographie ou en reproduire un extrait :

FORTIER, Claude (2014). « Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2013 », *Optique culture*, n° 31, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, avril, 20 p. [En ligne]. [www.stat.gouv.qc.ca/observatoire].

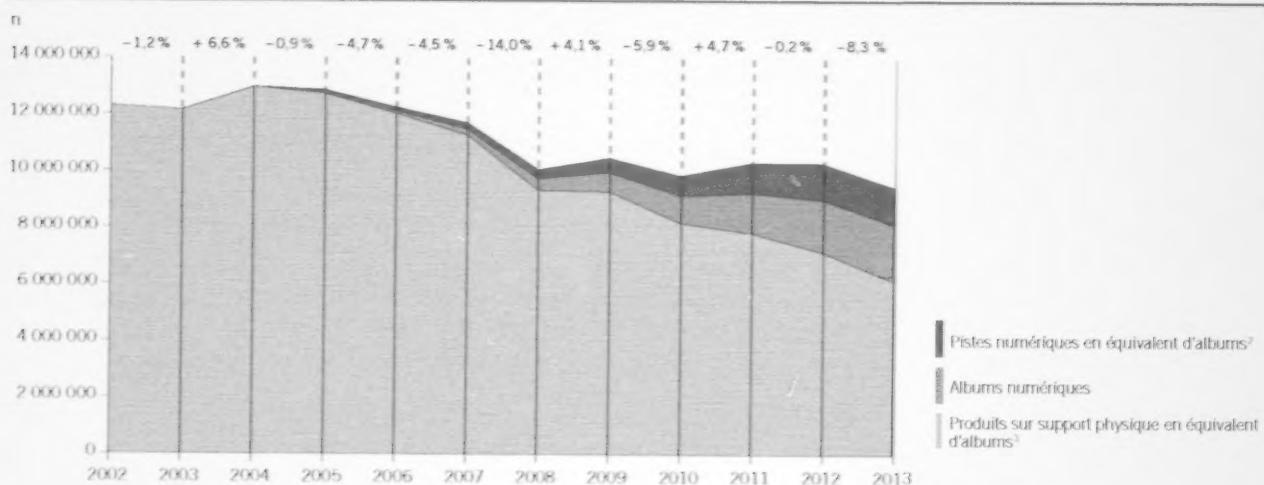
Le numérique continue sa progression

Les enregistrements de musique se présentent sous deux formats, soit les albums et les pistes. Les albums comprennent les albums sur support physique¹ et les albums numériques. Les pistes regroupent les disques monoplages (*singles* sur CD) et les pistes numériques téléchargées. Les données analysées par l'OCCQ depuis 2002 tendent à illustrer une évolution par phases. La phase de 2002 à 2004 est caractérisée par une relative croissance, qui s'inscrit dans

la continuité de la forte croissance enregistrée par l'industrie musicale dans les années 1990. La phase de 2005 à 2008 est marquée par le déclin des ventes de CD et le développement du marché numérique au Québec. La phase qui commence en 2009 apparaît comme une période de stabilisation, où se succèdent des hausses (2009 et 2011) et des baisses (2010 et 2012) dans les ventes annuelles, le marché du numérique se consolidant et venant com-

penser en partie le recul du CD qui se poursuit de façon ininterrompue. L'année 2013 semble en rupture avec le portait relativement stable des dernières années avec une forte baisse des ventes de 14 % pour le CD par rapport à 2012, baisse qui ne peut être compensée par la croissance des ventes des produits numériques, eux-mêmes connaissant un ralentissement de la croissance (8 % pour les albums et 1 % pour les pistes par rapport à 2012) (figure 1).

Figure 1 Ventes d'enregistrements audio selon le type de produit¹ et variation annuelle des ventes, Québec, 2002 à 2013



1. Pour 2002 et 2003, les ventes ont été calculées en cumulant 12 listes mensuelles de tous les titres d'enregistrements sonores vendus au Québec, avec le nombre d'unités vendues pour chaque titre. Le nombre des ventes d'albums physiques a été obtenu en soustrayant les vidéos musicales du nombre total d'enregistrements vendus. Ces données de ventes provenaient de Nielsen SoundScan et ont été compilées par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. À partir de 2004, les ventes d'albums physiques correspondent aux statistiques compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Ces statistiques annuelles sont basées sur le cumulatif des ventes de chaque semaine.

2. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.

3. Incluant les albums et les singles (13 singles = un album) sur CD, cassettes ou disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

4. Les supports physiques comprennent les vinyles, les cassettes et les CD. Cependant, comme la quasi-totalité des ventes sur ces supports est des CD, nous allons utiliser cette appellation pour parler des ventes d'enregistrements sonores sur les supports physiques afin d'alléger le texte.

Afin d'illustrer adéquatement la transformation du marché, marquée par l'explosion des ventes de produits numériques, principalement des pistes, celles-ci sont comptabilisées en « équivalent d'albums » selon un ratio de 13 pistes pour un album⁵. Ainsi, il est plus commode de comparer les transformations du marché d'une année à l'autre. Une fois la conversion effectuée, on obtient pour 2013 un total de 9,4 millions d'enregistrements audio en équivalent d'albums⁶ (soit 8,1 millions d'albums auxquels on addi-

tionne 17,0 millions de pistes converties en 1,3 million d'albums). De cette façon, on constate que les produits numériques, pratiquement inexistant en 2004, représentent maintenant 35 % des ventes (30 % en 2012), les albums numériques occupant 21 % du marché et les pistes numériques 14 % (tableau 2).

Depuis 2005, le marché de la vente de musique au Québec a connu, à son rythme, les mêmes transformations que le reste du marché nord-

américain. On observe aussi une baisse marquée des ventes de CD et une croissance soutenue des ventes d'albums et de pistes numériques. Après neuf ans de baisse continue, les ventes de CD (6,1 millions en 2013) ont été réduites de moitié par rapport au sommet enregistré en 2004 (13,0 millions de ventes). À titre comparatif, dans le reste du Canada, les ventes de CD sont passées de 36,6 millions en 2004 à 11,7 millions en 2013, soit une baisse de 68 %⁷.

Tableau 1 Nombre d'enregistrements audio et de vidéos musicales vendus selon le type de produit, Québec, 2004 à 2013

	2004	2005	2006	2007	2008	2009 ¹	2010	2011	2012	2013	Variation 2013/2012
	k										%
Enregistrements audio en équivalent d'albums ²	12 960,2	12 847,1	12 245,6	11 698,0	10 056,2	10 470,0	9 850,6	10 314,1	10 296,9	9 444,4	-8,3
Ensemble des albums	12 954,7	12 790,0	12 129,7	11 498,4	9 739,4	9 965,1	9 138,0	9 246,1	9 005,6	8 140,4	9,6
Albums sur support physique ³	12 954,7	12 726,4	12 017,6	11 268,5	9 334,1	9 283,0	8 178,9	7 830,5	7 157,9	6 137,5	-14,3
Albums numériques	-	63,6	112,1	229,9	405,3	682,1	959,1	1 415,6	1 847,7	2 002,9	8,4
Ensemble des pistes	72,1	741,7	1 507,2	2 595,0	4 118,1	6 563,9	9 263,6	13 883,8	16 787,1	16 951,6	1,0
Pistes numériques téléchargées	-	708,2	1 476,1	2 581,5	4 108,2	6 550,7	9 213,9	13 817,7	16 729,7	16 929,1	1,2
Disques monoplage (singles)	72,1	33,5	31,1	13,5	9,9	13,2	49,7	66,1	57,4	22,5	-60,8
Enregistrements vidéo (vidéos musicales)	657,2	740,1	785,1	752,9	540,7	390,1	495,5	273,5	269,6	239,7	-11,1

1. L'année 2009 fut une année inhabituelle, car les ventes hebdomadaires d'enregistrements sonores ont été diffusées sur une période de 53 semaines. Pour faciliter la comparaison avec les années antérieures, les données de la première semaine, qui se terminait le 4 janvier 2009, ont été exclues du cumulatif de l'année.

2. Dans les calculs, 13 singles ou pistes numériques équivalent à un album.

3. Incluant les CD, les cassettes et les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. 

Tableau 2 Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le type de produit, Québec, 2009 à 2013

	2009	2010	2011	2012	2013	%
Produits sur support physique en équivalent d'albums ¹	88,7	83,1	76,0	69,6	65,0	
Albums numériques	6,5	9,7	13,7	17,9	21,2	
Pistes numériques en équivalent d'albums ²	4,8	7,2	10,3	12,5	13,8	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

1. Incluant les albums et les monoplages (13 monoplages = un album) sur CD, cassettes ou disques vinyles.

2. Dans les calculs, 13 singles ou pistes numériques équivalent à un album.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. 

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

5. Le ratio de conversion utilisé, qui est de 13 pistes pour 1 album, est celui utilisé par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ).

6. À partir de ce point, afin d'alléger le texte, nous allons utiliser l'expression « enregistrement audio » pour parler d'enregistrements audio en équivalent d'albums.

7. Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. 

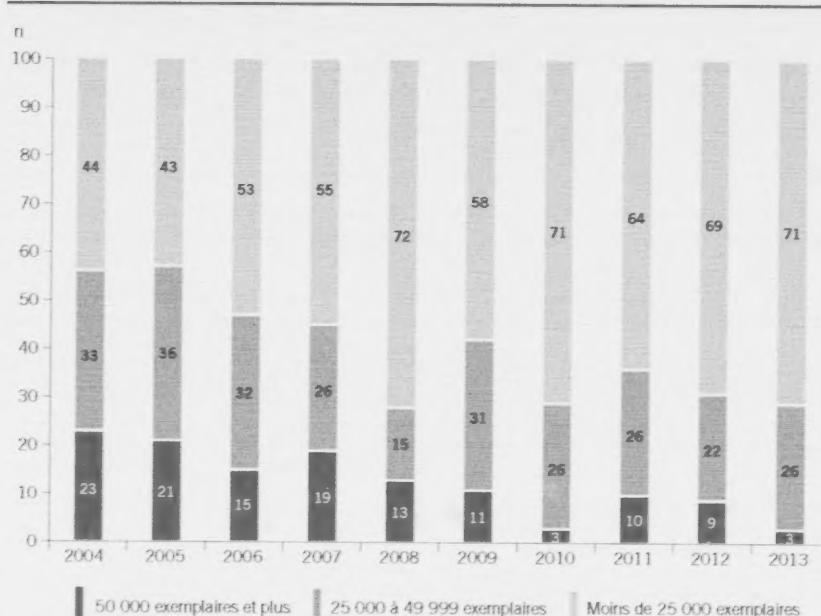
Ventes d'albums : la plus forte baisse annuelle depuis 2008

Depuis la quasi-disparition des *singles*, l'album a été pendant quelques décennies l'étau à partir duquel était mesuré le succès ou l'échec commercial dans l'industrie musicale. La baisse des ventes de CD et le retour progressif du *single* sous format numérique depuis une dizaine d'années viennent remettre en question la place centrale de l'album, mais rappelons qu'en 2013, les albums (CD + numériques) représentent tout de même encore 86 % des ventes d'enregistrements sonores. Depuis 2002⁸, il s'est vendu en moyenne 10,8 millions d'albums (CD et albums numériques) annuellement, avec un sommet à 13,0 millions en 2004 et un creux de 8,1 millions en 2013. La baisse des ventes d'albums est, probablement, en partie attribuable au fléchissement de l'ampleur des succès. Ainsi, le nombre d'albums ayant franchi le cap des 25 000 exemplaires vendus était de 36 en 2011, 31 en 2012 et 29 en 2013 (comparativement à 56 en 2004). Alors qu'entre 2002 et 2007, une vingtaine d'albums franchissaient le cap des 50 000 albums vendus, en 2013 ce nombre est de 3 (figure 2).

Ventes de produits numériques : ralentissement de la croissance

C'est en 2005 que les premières données sur la vente de produits numériques⁹ ont été compilées. Depuis, les produits dématérialisés sont en croissance continue années après année. Cependant, au fil des années, avec l'expansion du marché du numérique, le taux de croissance tend à diminuer. Ainsi, en 2013, les ventes d'albums numériques sont en croissance de 8 % et celles des pistes numériques de 1 %. À noter que le taux de croissance annuel des pistes numériques était de 50 % en 2011 et de 21 % en 2012 (tableau 1).

Figure 2 Répartition des 100 albums les plus vendus selon le nombre de copies vendues, Québec, 2004 à 2013



Note de lecture : À titre d'exemple en 2013, parmi les 100 albums les plus vendus, 3 se sont écoulés à 50 000 exemplaires et plus, 26 entre 25 000 et 49 999 exemplaires et 71 à moins de 25 000 exemplaires.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)

8. Notons que les données de 2002 et 2003 doivent être considérées avec prudence, car elles incluaient, à l'origine, les données sur les enregistrements classés « music videos » que l'OCCQ a soustraites pour obtenir les ventes de CD (albums et monoplages sur support physique). Depuis 2004, Nielsen SoundScan compilant elle-même les totaux, les données sont plus précises et permettent de séparer les albums, les monoplages et les enregistrements musicaux.

9. Les ventes d'albums et de pistes numériques sont calculées par la compagnie Nielsen SoundScan.

Ventes de vidéos musicales : un marché marginal

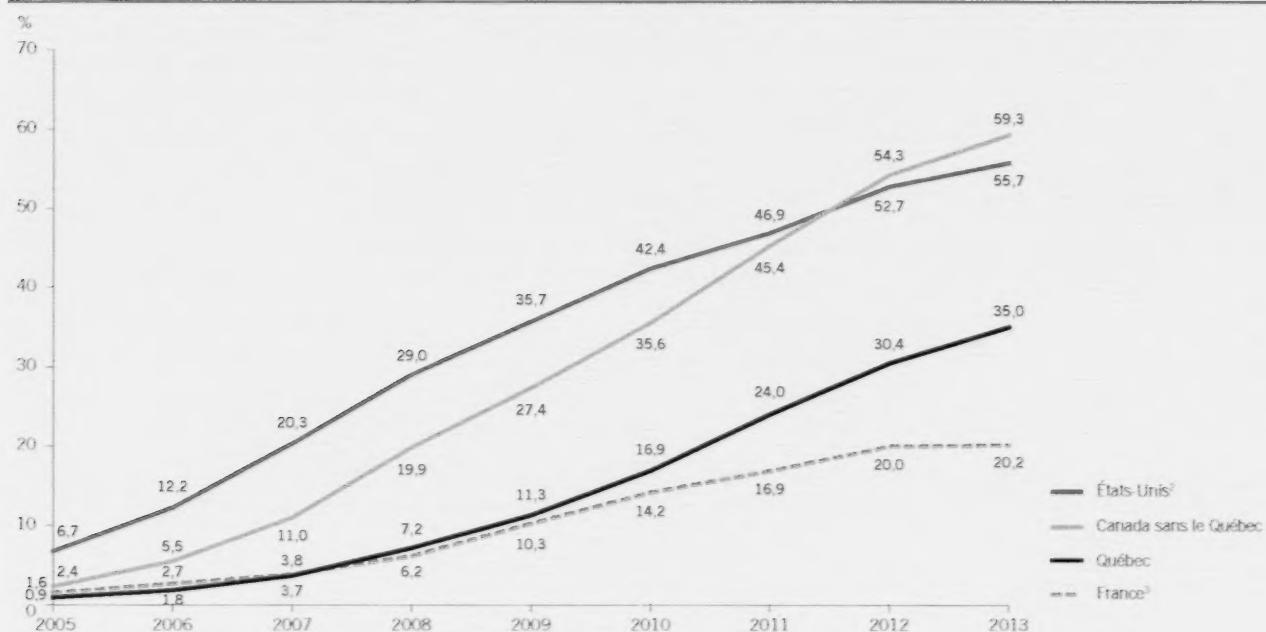
En complément des albums et des tournées de spectacles, la vente sur cassette VHS et plus tard sur DVD d'une captation du spectacle est une source additionnelle de revenus. Cependant, depuis quelques années, les ventes de vidéos musicales tendent à diminuer pour se situer, en 2013, à un peu plus de 200 000 unités vendues. Après avoir accru leurs ventes jusqu'au sommet de 2006, avec 785 000 unités vendues, les enregistrements vidéo sur support physique ont baissé à 240 000 unités vendues en 2013, soit une baisse de 70 % en huit ans (tableau 1).

Le marché du numérique ailleurs dans le monde

Partout sur la planète, l'industrie musicale doit s'adapter à la part croissante des produits numériques dans le marché des ventes d'enregistrements sonores. Suivre l'évolution de la place du numérique dans quelques marchés situés à proximité du Québec permet de voir comment celui-ci se distingue. En 2013, la part du numérique dans les ventes d'enregistrements sonores est de 35 % au Québec (30 % en 2012), 59 % dans le reste du Canada (54 % en 2012) et 56 % aux États-Unis (53 % en 2012). Dans les trois cas, la part du numérique augmente

année après année, mais à des rythmes différents. Parmi les régions examinées, la France se distingue avec une part de marché de 20 % pour le numérique, un résultat similaire à 2012. Une hypothèse pouvant expliquer cette situation atypique par rapport aux États-Unis et au Canada serait que les jeunes de ce pays, qui devraient acheter en masse la musique en format numérique, optent plutôt, en partie, pour un abonnement donnant accès à une banque de millions de titres de musique pouvant être écoutés en continu (streaming) (figure 3).

Figure 3 Part des produits numériques¹ dans le marché des ventes au détail d'enregistrements audio selon la région, 2005 à 2013



1. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.

2. Pour les États-Unis, les données utilisées sont celles sur les ventes publiées par Nielsen SoundScan, à l'exception des données sur les pistes numériques, qui proviennent des données de la Recording Industry Association of America sur le nombre de copies distribuées par les maisons de disques "manufacturers unit shipments".

3. En 2013 en France, les revenus du marché de la musique se répartissent ainsi: 61 % pour le marché physique, 18 % pour les droits voisins (interprètes et producteurs), 10 % pour le téléchargement numérique, 9 % pour le streaming et 1 % pour la téléphonie mobile.

Sources : Québec et Canada - Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen France - Snp, États-Unis - Nielsen SoundScan et RIAA.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

Les produits québécois : le numérique ne compense pas la chute du CD

Pour les artisans de l'industrie de la musique et les décideurs, les ventes globales, tout comme la part des produits québécois dans les ventes totales, sont des informations stratégiques pour avoir une idée de l'état de santé de l'industrie musicale québécoise et voir si celle-ci réussit à tirer son épingle du jeu face à l'offre gargantuesque venant des États-Unis. En 2013, la part des produits artistiquement québécois au sein de l'ensemble des ventes d'enregistrements audio (35 %) et celle des produits industriellement québécois (31 %) sont toutes deux en baisse pour une deuxième année consécutive. Ajoutons que 38 % des enregistrements audio vendus au Québec ont au moins une dimension (artistique ou industrielle) québécoise (42 % en 2012). Le résultat de cette année est le plus faible depuis 2008, qui est l'année à partir de laquelle le calcul de la part québécoise tient compte des produits numériques (tableau 3).

La part québécoise (artistique ou industrielle) pour les albums numériques, après être passée de 23 % en 2008, à 35 % en 2009 et s'être maintenue autour du tiers des ventes des albums numériques jusqu'en 2012, est en baisse de six points de pourcentage en 2013. En comparaison, la part des CD québécois continue à se maintenir autour de 50 % (49 % en 2013) (figure 4). Le nombre d'albums numériques vendus est en décroissance pour les produits québécois (-12 %) alors qu'il est en croissance pour les produits non québécois (+ 19 %), ce qui explique la baisse de la part de marché des produits nationaux¹⁰. L'écart qui subsiste entre les albums québécois et les albums non québécois est illustré par l'analyse de la part des ventes d'albums numériques au sein des 10 albums les plus vendus. En 2013, les 10 albums non québécois les plus vendus ont vu 27 % de leurs ventes se faire sous forme numérique (17 % en 2012), alors que les 10 albums québécois les plus vendus ont réalisé seulement 11 % de leurs ventes sur support numérique (10 % en 2012).

Tableau 3 Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio¹, selon le type de support, Québec, 2011 à 2013

	2011	2012	2013
	%		
Dimension artistique²			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	42,2	39,8	35,4
Ensemble des albums	47,4	45,8	40,8
Albums sur support physique ⁴	49,2	47,5	44,6
Albums numériques	31,3	33,1	26,4
Pistes numériques téléchargées	5,3	6,6	6,1
Dimension industrielle⁵			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	38,7	33,7	31,2
Ensemble des albums	43,4	38,6	35,9
Albums sur support physique ⁴	45,4	40,1	39,5
Albums numériques	27,5	28,9	22,6
Pistes numériques téléchargées	4,6	5,1	5,1
Dimensions artistique² ET industrielle⁵			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	37,3	31,4	28,2
Ensemble des albums	42,0	36,1	32,4
Albums sur support physique ⁴	43,8	37,2	35,5
Albums numériques	26,3	27,6	21,1
Pistes numériques téléchargées	4,0	4,5	4,5
Dimensions artistique² OU industrielle⁵			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	43,6	42,1	38,4
Ensemble des albums	48,8	48,3	44,4
Albums sur support physique ⁴	50,8	50,4	48,6
Albums numériques	32,4	34,4	27,9
Pistes numériques téléchargées	5,9	7,2	6,7

1. La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.

2. La dimension artistique d'un enregistrement audio se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'œuvre, etc. qui sont mis de l'avant.

3. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.

4. Incluant les CD, les cassettes, les disques vinyles.

5. La dimension industrielle d'un enregistrement audio se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

Source: Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. 

Compilation: Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

10. Afin d'estimer les ventes totales de produits québécois, la part de marché de ces produits parmi les 500 meilleurs vendeurs a été appliquée à l'ensemble des ventes (en nombre d'unités vendues). Cette méthode, comme l'a déjà démontré Claude Martin (*bulletin Statistiques en bref*, n° 23) tend à exagérer le poids des albums les plus vendus. En effet, comme les titres québécois se retrouvent souvent en plus grand nombre dans le haut du palmarès, la part québécoise serait ainsi surestimée. Cependant, notre échantillon (les 500 albums les plus vendus) représente quand même la moitié des ventes totales annuelles et cette surestimation demeure donc minime.

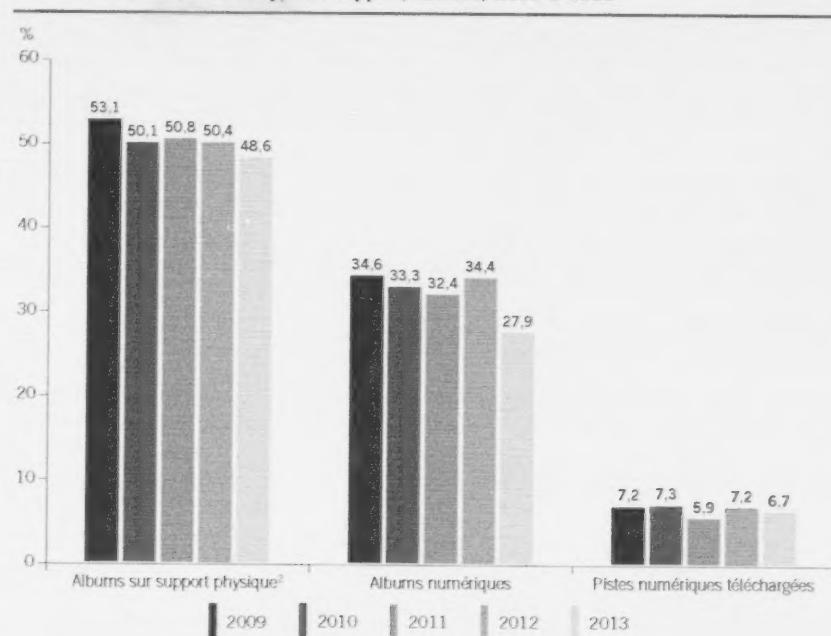
En 2013, les pistes numériques québécoises n'occupent toujours que 7 % du marché de la piste numérique. Il y a donc stagnation des produits nationaux dans ce créneau depuis les premières données disponibles, en 2008 (figure 4). Malgré la place grandissante de la piste numérique dans le paysage musical, dont les ventes équivalent à 1,3 million d'albums en 2013, la musique québécoise n'a pas réussi, à ce jour, à se construire une place similaire à celle qu'elle occupe dans le marché du CD.

Les produits québécois en recul dans le marché de l'album

Depuis le début de l'analyse des données de Nielsen SoundScan par l'OCCQ, la part de marché que détiennent les albums québécois a oscillé entre 38 % en 2002 et un sommet de 53 % en 2007, pour une moyenne de 47 %. Cependant, en 2013, cette part se situe à 44 %, en recul pour une quatrième année consécutive (tableau 4). Ce recul s'explique en partie par la croissance des ventes d'albums numériques, qui représentent maintenant le quart des ventes totales d'albums, mais dont la part québécoise est relativement faible. Il n'est donc pas surprenant de retrouver dans le palmarès des 50 CD les plus vendus 28 titres québécois, alors qu'on en retrouve 13 dans le palmarès des albums numériques.

Entre 2004 et 2013, les ventes annuelles ont été en moyenne de 5,0 millions d'albums québécois (sommet de 6,5 millions en 2004) et 5,4 millions d'albums non québécois (sommet de 7,1 millions en 2005). Depuis 2004, la tendance des ventes a été à la baisse pour les albums québécois et les albums non québécois. Les albums québécois ont cependant connu des hausses momentanées en 2007 et 2009 comme le montre la figure 5.

Figure 4 Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio¹, selon le type de support, Québec, 2009 à 2013



1. La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.

2. Incluant les CD, les cassettes, les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

Tableau 4 Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'albums^{1,2}, Québec, 2004 à 2013

Année	Dimension artistique ³	Dimension industrielle ⁴	Dimensions artistique ³ ET industrielle ⁴		Dimension artistique ³ OU industrielle ⁴
			%	%	
2004			48,3	43,1	40,6
2005			40,7	35,3	31,8
2006			41,2	41,1	37,6
2007			46,6	44,8	38,4
2008			41,4	40,9	36,1
2009			48,4	48,9	44,9
2010			45,1	42,0	37,7
2011			47,4	43,4	42,0
2012			45,8	38,6	36,1
2013			40,8	35,9	32,4

1. La part des ventes des produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 albums les plus vendus chaque année.

2. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.

3. La dimension artistique d'un album se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'oeuvre, etc. qui sont mis de l'avant.

4. De 2002 à 2005, la dimension industrielle d'un album se rapporte à l'étiquette du disque, tandis que, depuis 2006, cette dimension industrielle se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

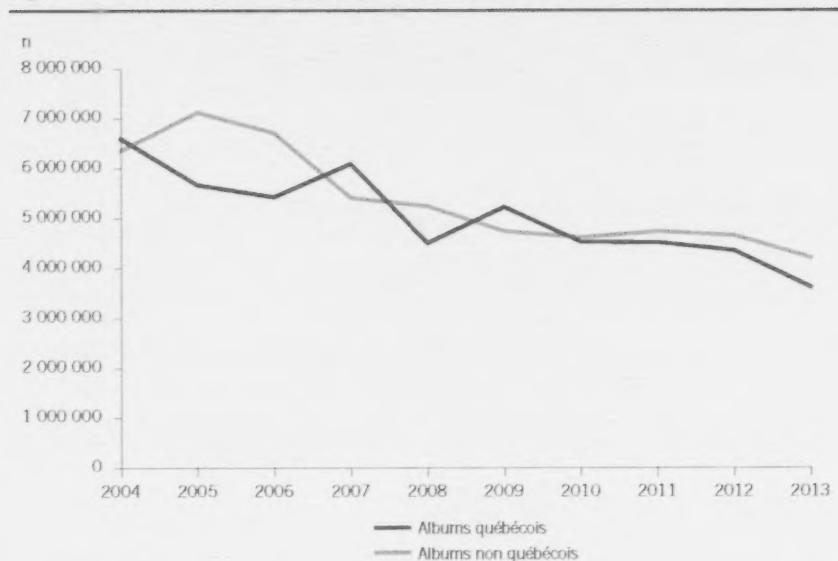
Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

Compilation De 2004 à 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

En 2013, les ventes de produits québécois sont estimées¹¹ à 3,0 millions de CD (-17 % par rapport à 2012), 560 000 albums numériques (-12 % par rapport à 2012) et 1,1 million de pistes numériques (-6 % par rapport à 2012). Par rapport à 2009, dernière année où les ventes d'albums québécois étaient supérieures à celles des albums non québécois, la hausse des ventes d'albums numériques (+ 322 000 unités) et des pistes numériques (+ 51 000 unités en équivalent d'albums) n'est pas suffisante pour compenser la baisse des ventes de CD (-1,9 million d'unités). Durant la même période de cinq ans (2009-2013), les produits non québécois ont connu une hausse des ventes d'albums numériques (+ 1 million d'unités) et de pistes numériques (+ 750 000 unités en équivalent d'albums) compensant largement la baisse des ventes de CD (-1,2 million d'unités). À la vue de ces résultats, il n'est pas surprenant de constater qu'en 2013, les produits numériques comptent pour 46 % des ventes d'enregistrements non québécois, alors qu'ils ne comptent que pour 18 % des ventes d'enregistrements québécois.

Cette faible performance dans le marché du numérique affecte au final la part québécoise des enregistrements sonores vendus. En 2013, la part québécoise se situe à 49 % en ce qui concerne le CD, mais chute à 38 % lorsqu'on intègre les albums numériques et les pistes numériques au calcul. Cet écart tend à augmenter chaque année (figure 6).

Figure 5 Ventes d'albums^{1,2} selon la provenance, Québec, 2004 à 2013

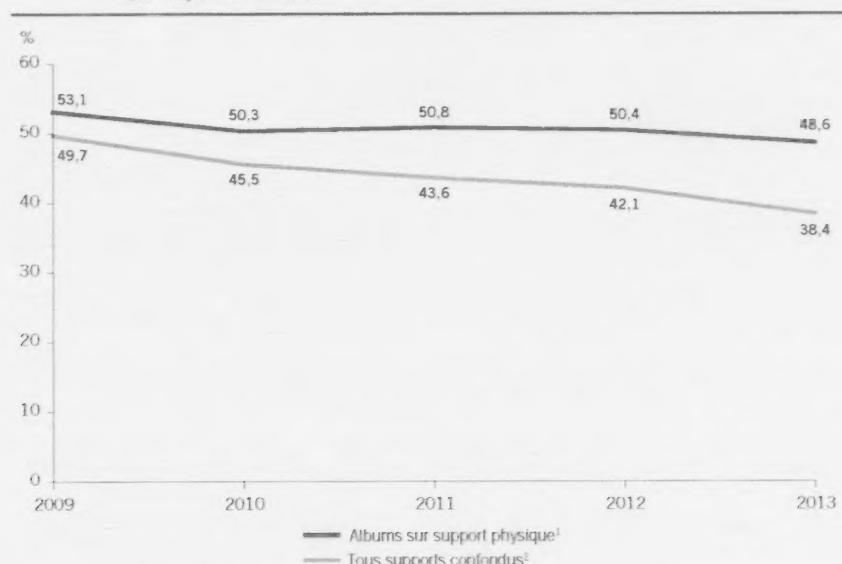


1. Les nombres d'unités vendues ont été estimés à partir de la répartition par provenance des ventes selon la provenance des 500 albums les plus vendus chaque année.
2. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.

Source: Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)

Compilation : De 2004 à 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

Figure 6 Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2009 à 2013



1. Incluant les CD, les cassettes, les disques vinyles.

2. Excluant les disques monoplages (*singles*).

Source: Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

La part francophone en repli sur les différents supports

Outre la part des produits nationaux dans les ventes, la part des produits en français est un élément important à suivre, étant donné la place du français au Québec, dans un marché nord-américain où l'offre est largement dominée par la langue de Shakespeare. En 2013, la part des œuvres francophones se situe à 37 % pour le CD (40 % en 2012), 22 % pour les albums numériques (25 % en 2012) et 7 % pour les pistes numériques (8 % en 2012) (figure 7). Pour tous les supports confondus, la part francophone est de 30 % (figure 8). Année après année, malgré la croissance de la part des produits numériques, la musique en français, très majoritairement québécoise, continue à avoir plus de succès sur support physique que sur support numérique.

Tableau 5 Répartition des ventes d'albums¹ selon la provenance et la langue d'enregistrement², Québec, 2004 à 2013

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	%									
Enregistrements audio québécois³										
En français	42,6	34,0	32,5	36,5	29,2	39,3	28,4	32,7	36,5	32,1
En anglais	6,2	7,2	9,5	11,5	13,0	10,4	15,5	12,3	9,2	10,7
Dans une autre langue ou sans paroles	2,1	3,0	2,6	5,0	3,9	2,7	5,5	3,7	2,6	1,5
Enregistrements audio non québécois										
En français	1,5	2,2	2,0	1,3	1,4	0,6	1,7	1,2	1,3	2,0
En anglais	46,7	50,5	51,4	43,2	50,6	45,8	46,7	48,5	48,9	52,7
Dans une autre langue ou sans paroles	0,9	3,0	1,9	2,6	1,8	1,2	2,2	1,5	1,5	0,9
Total	100,0									

1. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.

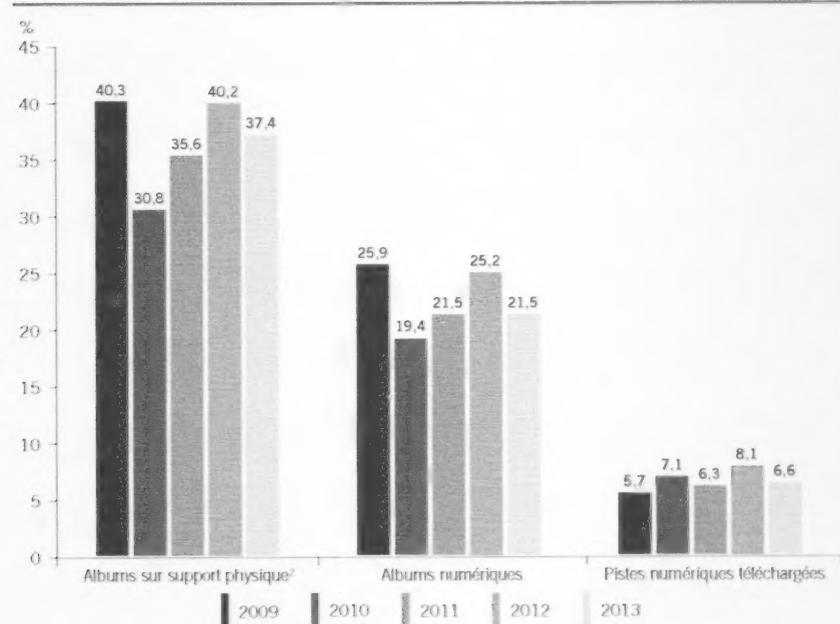
2. La répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.

3. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.

Source: Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. 

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

Figure 7 Part de marché des produits en français parmi les ventes d'enregistrements audio¹, selon le type de support, Québec, 2009 à 2013



1. La part des ventes dévolue aux enregistrements en français (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.

2. Incluant les CD, les cassettes et les disques vinyles.

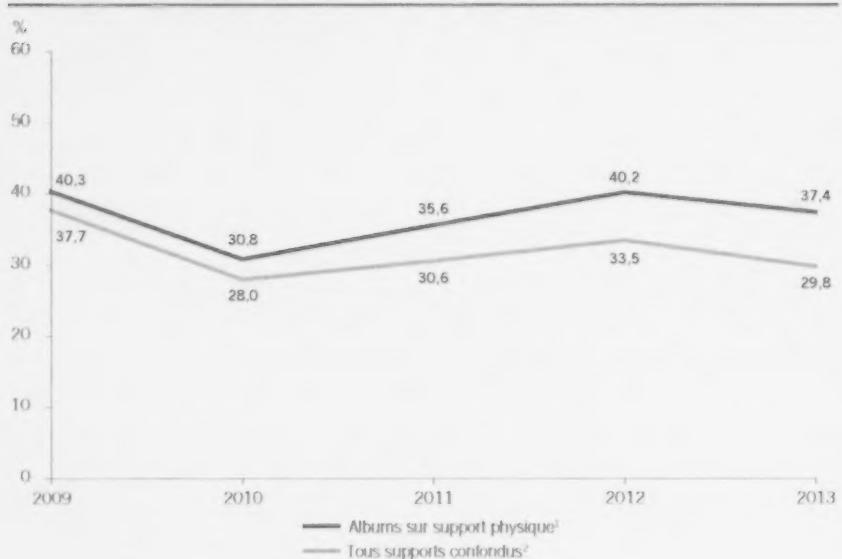
Source: Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. 

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

Les produits québécois francophones

Les produits québécois francophones dans l'ensemble des enregistrements audio vendus représentent 28 % des ventes (32 % en 2012) (tableau 6). Pour les CD, la part des produits québécois en français est de 35 %; pour les albums numériques, elle est de 19 %; pour les pistes numériques, elle est de 6 %. Ceci laisse aux enregistrements francophones non québécois une part de marché de 2 % pour l'ensemble des enregistrements audio vendus au Québec.

Figure 8 Part de marché des produits en français parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2009 à 2013



1. Incluant les CD, les cassettes et les disques vinyles.

2. Excluant les disques monoplages (*singles*).

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

Tableau 6 Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le support, la provenance et la langue d'enregistrement¹, Québec, 2011 à 2013

	Albums sur support physique ²			Albums numériques			Pistes numériques téléchargées			Tous supports confondus ³		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
%												
Enregistrements audio québécois ⁴												
En français	34,2	38,6	35,4	21,0	24,4	19,4	3,8 ^r	5,1 ^r	5,5	29,2	31,8	27,9
En anglais	12,3	8,9	11,3	10,4	9,2	7,9	2,1	1,8	1,2	11,0	8,1	9,2
Dans une autre langue ou sans paroles	4,2	2,9	1,9	1,0	0,8	0,5	0,0 ^r	0,3 ^r	0,0	3,3	2,2	1,4
Enregistrements audio non québécois												
En français	1,4	1,6	2,0	0,5	0,8	2,1	2,6	3,0	1,1	1,4	1,6	1,9
En anglais	46,2	46,6	48,6	64,9	62,6	68,3	90,7	86,0	89,6	53,3	54,4	58,5
Dans une autre langue ou sans paroles	1,7	1,5	0,8	2,3	2,2	1,7	0,8	3,8	2,6	1,7	1,9	1,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1. La répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.

2. Incluant les CD, les cassettes et les disques vinyles.

3. Excluant les disques monoplages (*singles*).

4. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.

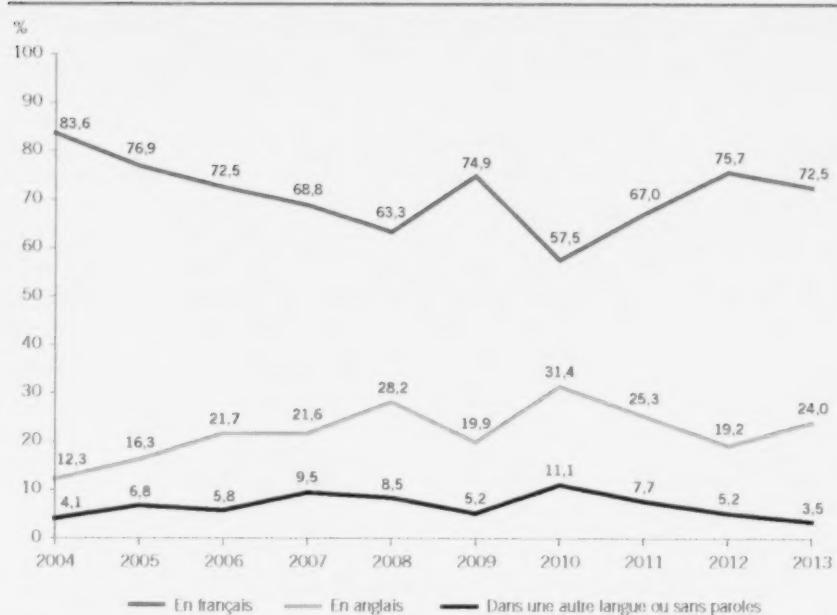
Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

Marché de l'album québécois : le francophone se maintient

En 2013, la part des albums en français parmi les ventes d'albums québécois est de 73 %, en légère baisse par rapport à 2012 (76 %). Ce résultat se situe tout de même au-dessus de la moyenne des cinq dernières années, qui est de 70 %. Ajoutons qu'en 2013, il y avait 39 albums francophones parmi les 50 albums québécois les plus vendus, 34 en 2012, 31 en 2011 et 27 en 2010. La part des albums anglophones parmi les ventes d'albums québécois passe de 19 % en 2012 à 24 % en 2013, une hausse qui s'explique par le succès de l'album *Loved me Back to Life* de Céline Dion dont les ventes sont supérieures à celles des quatre autres albums québécois suivants au palmarès (figure 9).

Figure 9 Répartition des ventes d'albums québécois selon la langue, Québec, 2004 à 2013



Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. **nielsen**

Compilation : De 2002 à 2005, codage de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

Synthèse des ventes

En tenant compte du format (album ou *single/piste*), du support (physique ou numérique), de la provenance (québécoise ou non québécoise) et de la langue (français, anglais ou autres), trois résultats de 2013 expliquent la baisse des parts québécoise et francophone des ventes d'enregistrements sonores :

- Les ventes d'albums physiques québécois en français baissent davantage (-21 %) que les ventes d'albums physiques non québécois en anglais (-11 %).
- Les ventes d'albums numériques québécois en français baissent (-14 %), alors que les ventes d'albums numériques non québécois en anglais augmentent (+ 18 %).
- Les ventes de pistes numériques québécoises baissent (-6 %), alors que les ventes des pistes numériques non québécoises sont en hausse (+ 2 %).

Entre 2004 et 2013, la répartition des ventes a grandement évolué. En 2004, la répartition se faisait *grosso modo* selon trois groupes : 45 % des ventes pour les albums CD non québécois en anglais, 40 % pour les albums CD québécois en français, et 15 % pour les autres CD (tableau 7). En 2013, la répartition se fait plutôt entre cinq groupes : 32 % des ventes pour les albums physiques non québécois, 28 % pour les produits numériques non québécois, 23 % pour les albums physiques québécois en français, 9 % pour les albums physiques québécois dans une autre langue et 7 % pour les produits numériques québécois (figure 10).

Tableau 7 Répartition des ventes d'enregistrements audio (en équivalent d'albums¹) selon la provenance, le type de support et la langue, Québec, 2004 et 2011 à 2013

	2004	2011	2012	2013
	%			
Enregistrements audio québécois²				
Albums sur support physique ³ en français	42,6	26,0	26,8	23,0
Albums sur support physique ³ dans une autre langue	8,3	12,6	8,2	8,6
Albums numériques québécois	0,0	4,4	6,2	5,9
Pistes numériques téléchargées	0,0	0,6	0,9	0,9
Enregistrements audio non québécois				
Albums sur support physique ³ en anglais	46,7	35,1	32,4	31,6
Albums sur support physique ³ dans une autre langue	2,4	2,3	2,1	1,8
Albums numériques	0,0	9,3	11,8	19,3
Pistes numériques téléchargées	0,0	9,7	11,6	12,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

1. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.

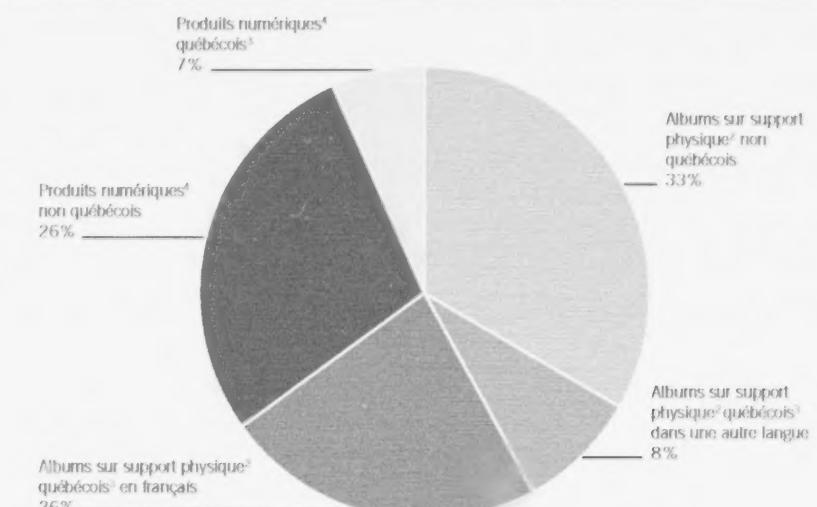
2. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.

3. Incluant les CD, les cassettes, les disques vinyles.

Source: Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. 

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

Figure 10 Répartition des ventes d'enregistrements audio (en équivalent d'albums¹) selon le type de support, la provenance et la langue, Québec, 2013



1. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.

2. Incluant les CD, les cassettes et les disques vinyles.

3. Produits qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.

4. Incluant les albums numériques et les pistes numériques.

Source: Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. 

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

Les palmarès

Le lecteur trouvera, aux tableaux huit à onze de ce bulletin, quatre palmarès relatifs aux ventes d'enregistrements audio au Québec en 2013. Les palmarès portent sur les albums les plus vendus, les albums québécois les plus vendus, les albums numériques les plus vendus et les pistes numériques les plus vendues.

Palmarès des albums

En 2013, trois des dix albums les plus vendus sont des produits québécois. Parmi les 50 titres d'albums les plus vendus en 2013, 26 sont des produits québécois (20 en 2012) et 23 ont le français comme langue d'enregistrement (14 en 2012). Globalement, les albums québécois sont moins présents dans le haut du palmarès cette année; par contre, leur nombre a augmenté parmi les 50 albums les plus vendus (tableau 8).

Parmi les 50 albums québécois les plus vendus en 2012, 39 ont le français comme langue d'enregistrement (34 en 2012), 9 l'anglais (14 en 2012) et 2 une autre langue (2 en 2012). Les albums québécois de langue française demeurent parmi les meilleurs vendeurs, comme c'était le cas en 2011 et 2012 (tableau 9).

Palmarès des albums numériques

Parmi les 20 albums numériques les plus vendus au Québec en 2012, six sont des enregistrements sonores québécois (huit en 2012) et quatre ont le français comme langue d'enregistrement (cinq en 2012). En considérant seulement les 50 premières positions, le nombre d'albums numériques québécois passe de 23 en 2011 à 19 en 2012 et 13 en 2013 (tableau 11).

Palmarès des pistes numériques

Le palmarès des 20 pistes numériques les plus téléchargées en 2013 illustre clairement la fiabilité des ventes de la musique québécoise sur support numérique. Cette année, aucune piste québécoise ne se trouve dans ce palmarès, la première piste québécoise, *Comme on attend le printemps*, du groupe Jérôme Couture, se situant à la 42^e position. À l'intérieur du palmarès des 500 pistes les plus vendues, seulement 56 pistes sont québécoises (55 en 2012) (tableau 11).

Tableau 8 Liste des albums les plus vendus¹, Québec, 2013

Rang	Titre ²	Artiste ³	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Loved Me Back to Life	Céline Dion	Anglais	Québec	Autre
2	Unorthodox Jukebox	Bruno Mars	Anglais	Autre	Autre
3	Truth About Love	P!nk	Anglais	Autre	Autre
4	Night Visions	Imagine dragons	Anglais	Autre	Autre
5	The Marshall Mathers	Eminem	Anglais	Autre	Autre
6	Mes amours mes amis	Paul Daraïche	Français	Québec	Québec
7	Noël à deux	Marie-Ève Janvier - Jean-François Breau	Français	Québec	Québec
8	To Be Loved	Michael Bubble	Anglais	Autre	Autre
9	Random Access Memories	Daft Punk	Anglais	Autre	Autre
10	Babel	Mumford & Sons	Anglais	Autre	Autre
11	Reflektor	Arcade Fire	Anglais	Québec	Autre
12	L'album du peuple Tome 9	François Pérusse	Français	Québec	Québec
13	The 20/20 Experience	Justin Timberlake	Anglais	Autre	Autre
14	L'été des orages	Valérie Carpentier	Français	Québec	Québec
15	Nous sommes les mêmes	Marc Dupré	Français	Québec	Québec
16	World From the Side of the Moon	Phillip Phillips	Anglais	Autre	Autre
17	Chic de ville	Daniel Bélanger	Français	Québec	Québec
18	Mes plaisirs	Marc Hervieux	Français	Québec	Québec
19	Lumineers	Lumineers	Anglais	Autre	Autre
20	Si tel est ton désir	Jean-Marc Couture	Français	Québec	Québec
21	Punkt	Pierre Lapointe	Français	Québec	Québec
22	Noël blanc	Maxime Landry	Français	Québec	Québec
23	The Heist	Macklemore & Ryan Lewis	Anglais	Autre	Autre
24	Sans attendre	Céline Dion	Français	Québec	Autre
25	Ces Noëls d'autrefois	Paul Daraïche	Français	Québec	Québec
26	Midnight Memories	One Direction	Anglais	Autre	Autre
27	Places	Lou Doillon	Anglais	Autre	Autre
28	Ici on fête	Artistes variés	Français	Québec	Québec
29	Prism	Katy Perry	Anglais	Autre	Autre
30	Miroir	Marie-Mai	Français	Québec	Québec
31	Fabriquer l'aube	Vincent Vallières	Français	Québec	Québec
32	Recto verso	Zaz	Français	Autre	Québec
33	Le poids des confettis	Les soeurs Boulay	Français	Québec	Québec
34	Le treizième étage	Louis-Jean Cormier	Français	Québec	Québec
35	Racine cartée	Stromae	Français	Autre	Autre
36	Moon Landing	James Blunt	Anglais	Autre	Autre
37	My Head Is an Animal	Of Monsters & Men	Anglais	Autre	Autre
38	Jour de nuit	Éric Lapointe	Français	Québec	Québec
39	21	Adèle	Anglais	Autre	Autre
40	Hail to the King	Avenged Sevenfold	Anglais	Autre	Autre
41	Le meilleur du country	Artistes variés	Anglais	Autre	Québec
42	Unapologetic	Rihanna	Anglais	Autre	Autre
43	Dark Eyes	Half Moon Run	Anglais	Québec	Québec
44	Muchdance 2013/Danseplus	Artistes variés	Anglais	Autre	Autre
45	Lisa Leblanc	Lisa Leblanc	Français	Québec	Québec
46	Pure Heroïne	Lorde	Anglais	Autre	Autre
47	From Here to Now to You	Jack Johnson	Anglais	Autre	Autre
48	Christmas	Michael Bublé	Anglais	Autre	Autre
49	Fox	Karim Ouellet	Français	Québec	Québec
50	Ce que je suis	Pier Béland	Français	Québec	Québec

1. Ces ventes incluent les albums sur support physique et les albums numériques.

2. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés.

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Tableau 9 Liste des albums québécois les plus vendus¹, Québec, 2013

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	1	Loved me Back to Life	Céline Dion	Anglais	Québec	Autre
2	6	Mes amours mes amis	Paul Daraïche	Français	Québec	Québec
3	7	Noel à deux	Marie Ève Janvier / Jean François Breau	Français	Québec	Québec
4	11	Reflektor	Arcade Fire	Anglais	Québec	Autre
5	12	L'album du peuple Tome 9	François Pérusse	Français	Québec	Québec
6	14	L'été des orages	Valérie Carpentier	Français	Québec	Québec
7	15	Nous sommes les mêmes	Marc Dupré	Français	Québec	Québec
8	17	Chic de ville	Daniel Bélanger	Français	Québec	Québec
9	18	Mes plaisirs	Marc Hervieux	Français	Québec	Québec
10	20	Si tel est ton désir	Jean Marc Couture	Français	Québec	Québec
11	21	Punkt	Pierre Lapointe	Français	Québec	Québec
12	22	Noel blanc	Maxime Landry	Français	Québec	Québec
13	24	Sans attendre	Céline Dion	Français	Québec	Autre
14	25	Ces Noëls d'autrefois	Paul Daraïche	Français	Québec	Québec
15	28	Ici on fête	Artistes variés	Français	Québec	Québec
16	30	Miroir	Marie Mai	Français	Québec	Québec
17	31	Fabriquer l'aube	Vincent Vallières	Français	Québec	Québec
18	32	Recto verso	Zaz	Français	Autre	Québec
19	33	Le poids des confettis	Les soeurs Boulay	Français	Québec	Québec
20	34	Le treizième étage	Louis Jean Cormier	Français	Québec	Québec
21	38	Jour de nuit	Éric Lapointe	Français	Québec	Québec
22	41	Le meilleur du country	Artistes variés	Anglais	Autre	Québec
23	43	Dark Eyes	Half Moon Run	Anglais	Québec	Québec
24	45	Lisa Leblanc	Lisa Leblanc	Français	Québec	Québec
25	49	Fox	Karim Ouellet	Français	Québec	Québec
26	50	Ce que je suis	Pier Béland	Français	Québec	Québec
27	54	Souvenirs jeunesse	Artistes variés	Français	Québec	Québec
28	59	The Chase	Greenland	Anglais	Québec	Québec
29	61	I'm Leaving You	Florence K	Anglais	Québec	Autre
30	62	Je reviens de très loin	Georges Hamel	Français	Québec	Québec
31	67	Album de famille	Artistes variés	Français	Québec	Québec
32	74	Je poursuis ma route	Wilfred Lebouthiller	Français	Québec	Québec
33	76	Noël	Tocadeo	Français	Québec	Québec
34	79	Mélyssa Bédard	Mélyssa Bédard	Français	Québec	Québec
35	81	Pleurer pour rire	Kain	Français	Québec	Québec
36	84	Du parc Belmont à hôtesses de l'air	Véronique Carpentier	Français	Québec	Québec
37	88	Duophonique	Roch Voisine	Français	Québec	Québec
38	96	Winter Session 2013	Dan Desnoyers	Anglais	Québec	Québec
39	97	Summer Session 2013	Dan Desnoyers	Anglais	Québec	Québec
40	99	Alain Barrière / les duos d'amour	Artistes variés	Français	Québec	Québec
41	100	J'aime la grand-mère	Les trois accords	Français	Québec	Québec
42	102	Mixdown 2013	MC Mario	Anglais	Québec	Autre
43	104	On va s'aimer encore	Génération VIP	Français	Québec	Québec
44	106	Feutres et pastels	Lynda Lemay	Français	Québec	Autre
45	112	Rétrospective	Sylvain Cossette	Anglais	Québec	Québec
46	113	25 plus grands succès de jeunesse	Génération VIP	Français	Québec	Québec
47	115	Silence, on joue! (A Time For Us)	Angèle Dubeau & la Pièta	Autre	Québec	Québec
48	116	Roi de rien	Michel Rivard	Français	Québec	Québec
49	119	Écritures	Paul Daraïche	Français	Québec	Québec
50	122	La voie: les 4 finalistes	Artistes variés	Français	Québec	Québec

1. Ces ventes incluent les albums sur support physique et les albums numériques.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Tableau 10 Liste des albums numériques les plus vendus, Québec, 2013

Rang	Titre ¹	Artiste ¹	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Night Visions	Imagine Dragons	Anglais	Autre	Autre
2	Random Access Memories	Daft Punk	Anglais	Autre	Autre
3	Loved me Back to Life	Céline Dion	Anglais	Québec	Autre
4	Unorthodox Jukebox	Bruno Mars	Anglais	Autre	Autre
5	Reflektor	Arcade Fire	Anglais	Québec	Autre
6	Lumineers	Lumineers	Anglais	Autre	Autre
7	Babel	Mumford & Sons	Anglais	Autre	Autre
8	The 20/20 Experience	Justin Timberlake	Anglais	Autre	Autre
9	The Marshall Mathers	Eminem	Anglais	Autre	Autre
10	The Heist	Macklemore & Ryan Lewis	Anglais	Autre	Autre
11	Truth About Love	P!nk	Anglais	Autre	Autre
12	Racine carrée	Stromae	Français	Autre	Autre
13	My Head Is an Animal	Of Monsters & Men	Anglais	Autre	Autre
14	Places	Lou Doillon	Anglais	Autre	Autre
15	Beyoncé	Beyoncé	Anglais	Autre	Autre
16	Pure Heroïne	Lorde	Anglais	Autre	Autre
17	Le poids des confettis	Les sœurs Boulay	Français	Québec	Québec
18	L'album du peuple Tome 9	François Pérusse	Français	Québec	Québec
19	Dark Eyes	Half Moon Run	Anglais	Québec	Québec
20	Punkt	Pierre Lapointe	Français	Québec	Québec

1. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source: Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. 

Compilation: Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Tableau 11 Liste des pistes numériques les plus vendues, Québec, 2013

Rang	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Blurred Lines	Robin Thicke	Anglais	Autre	Autre
2	Just Give me a Reason	P!nk	Anglais	Autre	Autre
3	Wake Me Up	Avicii	Anglais	Autre	Autre
4	Can't Hold Us (feat. Ray Dalton)	Macklemore & Ryan Lewis	Anglais	Autre	Autre
5	Thrift Shop (feat. Wanz)	Macklemore & Ryan Lewis	Anglais	Autre	Autre
6	Slay	Rihanna	Anglais	Autre	Autre
7	Radioactive	Imagine Dragons	Anglais	Autre	Autre
8	Get Lucky (feat. Pharrell Williams & Nile Rodgers)	Daft Punk	Anglais	Autre	Autre
9	When I Was Your Man	Bruno Mars	Anglais	Autre	Autre
10	Scream & Shout	Will.i.am	Anglais	Autre	Autre
11	Roar	Katy Perry	Anglais	Autre	Autre
12	Feel This Moment	Pitbull feat. Christina Aguilera	Anglais	Autre	Autre
13	Ho Hey	Lumineers	Anglais	Autre	Autre
14	Home (American Idol Performance)	Phillips Phillip	Anglais	Autre	Autre
15	Demons	Imagine Dragons	Anglais	Autre	Autre
16	Royals	Lorde	Anglais	Autre	Autre
17	Wrecking Ball	Miley Cyrus	Anglais	Autre	Autre
18	Counting Stars	OneRepublic	Anglais	Autre	Autre
19	Cups (Pitch Perfect's When I'm Gone)	Anna Kendrick	Anglais	Autre	Autre
20	I Knew You Were Trouble	Taylor Swift	Anglais	Autre	Autre

Source: Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. 

Compilation: Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Conclusion

Dans le bulletin sur les résultats de 2008¹¹, nous abordions pour la première fois la profonde transformation du marché de la musique au Québec et la baisse tendancielle des ventes de CD, attribuable aux produits numériques dont les ventes en croissance témoignaient de nouvelles habitudes de consommation des Québécois. En 2013, la transformation du marché se poursuit avec les produits numériques qui représentent 35 % du marché, mais dont la croissance des ventes ne suffit pas à compenser la baisse des ventes de CD. Avec des ventes actuelles de 9,4 millions d'enregistrements audio en équivalent d'albums, dont la tendance à la baisse ne semble pas s'arrêter, le retour aux résultats de 2004 (13 millions), semble de plus en plus hypothétique, une partie des consommateurs semblant chercher une alternative à l'achat de musique sous forme d'album ou de piste.

Une alternative se trouve du côté des services de musique en continu (*streaming*) où l'utilisateur, gratuitement ou au moyen d'un abonnement payant, a accès à des millions de titres. Même si peu de données sont disponibles sur ce mode de consommation au Québec, il est probable que, comme dans d'autres pays, cette pratique tendra à se répandre progressivement à mesure que l'offre se développera.

Les résultats des dernières années montrent également que la part québécoise parmi les produits numériques fait du surplace et parfois recule, malgré que ces produits prennent de plus en plus de place dans le marché de la musique. De plus, le marché du CD, qui se compose en 2013 de 49 % de produits québécois, poursuit sa chute, ce qui fragilise également le positionnement des produits québécois. Par conséquent,

la part de marché des produits québécois, qui est passée de 50 % en 2009 à 38 % en 2013 dans l'ensemble des ventes d'enregistrements sonores, continuera vraisemblablement à diminuer tant qu'il n'y aura pas croissance de la part québécoise dans les ventes de musique numérique.

11. FORTIER, Claude (2009). « Au Québec, la consommation musicale passe clairement au numérique », *Statistiques en bref*, n° 52, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, novembre, 28 p. [En ligne]. www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

Numéros déjà parus

Optique culture

30	La fréquentation des cinémas en 2013	Février 2014
29	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2010-2011 et 2011-2012	Novembre 2013
28	La fréquentation des arts de la scène en 2012	Septembre 2013
27	Les ventes de livres de 2008 à 2012	Juillet 2013
26	Le développement de pratiques culturelles chez les enfants <i>Analyse de données de l'Étude longitudinale du développement des enfants du Québec</i>	Juillet 2013
25	Les dépenses culturelles des municipalités en 2011	Mai 2013
24	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2012	Mai 2013
23	Les artistes en arts visuels québécois : un aperçu statistique	Mai 2013
22	La fréquentation des cinémas et ciné-parcs en 2012	Mars 2013
21	La fréquentation des arts de la scène en 2011	Septembre 2012
20	Les danseurs et chorégraphes québécois : un aperçu statistique	Juillet 2012
19	L'évolution des dépenses culturelles des ménages québécois, de 1997 à 2009	Mai 2012
18	Les dépenses culturelles des municipalités en 2010	Mai 2012
17	La fréquentation des institutions muséales en 2011	Mai 2012
16	Dix ans de statistiques sur le marché de l'enregistrement sonore au Québec	Avril 2012
15	Le marché du vidéogramme en 2011	Mars 2012
14	La performance financière de certaines industries culturelles au Québec de 2005 à 2009	Mars 2012
13	Projections numériques : 45 % de l'assistance des cinémas en 2011	Novembre 2011
12	L'emploi salarié dans certaines industries de la culture et des communications, de 1991 à 2010	Octobre 2011
11	Les ventes d'albums québécois de nouveaux artistes	Septembre 2011
10	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2009-2010	Septembre 2011
09	Dix ans de ventes de livres	Septembre 2011
08	La fréquentation des arts de la scène en 2010	Juin 2011
07	Les parts de marché du livre édité au Québec en 2009	Juin 2011
06	Vente d'enregistrements sonores en 2010 : renforcement des tendances	Mai 2011
05	Les dépenses culturelles des municipalités en 2009	Mai 2011
04	La fréquentation des institutions muséales en 2010	Mai 2011
03	Les écrivains québécois : un aperçu statistique	Avril 2011
02	Les distributeurs de livres en 2008-2009	Février 2011
01	L'assistance aux films québécois sous la barre de 10 %	



OBSERVATOIRE
DE LA CULTURE ET DES
COMMUNICATIONS
DU QUÉBEC

La version PDF de ce document
est consultable à l'adresse suivante:
www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

Pour tout renseignement
Claude Fortier
418 691-2414, poste 3177
[clau](mailto:claude.fortier@stat.gouv.qc.ca)de.fortier@stat.gouv.qc.ca

Observatoire de la culture
et des communications
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3^e étage,
Québec (Québec) G1R 5T4
418 691-2414
observatoire@stat.gouv.qc.ca

Dépôt légal
ISSN: 1925-4199 (version imprimée)
ISSN: 1925-4202 (en ligne)
2^e trimestre 2014
© Gouvernement du Québec,
Institut de la statistique du Québec, 2011

Toute reproduction autre qu'à des fins de
consultation personnelle est interdite sans
l'autorisation du gouvernement du Québec.
www.stat.gouv.qc.ca/droits_auteur.htm